



HAL
open science

L'Université Bretagne Sud acteur du tourisme sur son territoire

Paul Caudan

► **To cite this version:**

Paul Caudan. L'Université Bretagne Sud acteur du tourisme sur son territoire. Université Bretagne Sud; Laboratoire d'Economie et Gestion de l'Ouest (LEGO). 2022. hal-04796475

HAL Id: hal-04796475

<https://hal.science/hal-04796475v1>

Submitted on 21 Nov 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'UBS, acteur du tourisme sur son territoire

Compte-rendu de l'événement des 16 et 17 juin 2022

Table des matières

Jeudi 16 Juin 2022 Table ronde : le Tourisme en Morbihan : attractivité et soutenabilité.....	2
1) Des territoires et des tourisms.....	2
1.1 Pontivy – le slow tourisme au Centre Bretagne.....	2
1.2 Vannes – le Golfe béni des dieux ne doit pas se reposer sur ses lauriers.....	2
1.3 Lorient – le petit dernier du tourisme fait ses dents.....	2
2) Une pluralité de stratégies complémentaires pour construire le tourisme de demain.....	3
2.1 Le tourisme 4 saisons.....	3
2.2 La clientèle internationale.....	3
2.3 Le tourisme durable.....	3
2.4 Le <i>slow tourisme</i> & l'itinérance.....	3
2.5 La relation touriste / résidents : des bénéfiques mutuels.....	4
3) Sur-fréquentation et tourismophobie : mythes ou réalités ?.....	5
3.1 Il existe des cas de tension.....	5
3.2 Le prisme déformant de la presse exagère la portée du problème.....	5
3.3 Le sujet est plus la sur-fréquentation (ponctuelle) que l'hostilité générale au tourisme.....	5
Vendredi 17 Juin 2022 Atelier Enseignants-Chercheurs & Acteurs Socio-Economiques.....	6
1) Poser le cadre.....	6
Le tourisme, un sujet qui permet de fédérer les acteurs, qu'ils soient issus du monde académique ou du monde socio-économique.....	6
Les opportunités d'Appels à projets invitent à travailler de concert sur des projets concrets....	6
Aborder le tourisme sous l'angle des îles et des ports permettrait de circonscrire les projets de collaboration, tout en adressant de nombreuses thématiques.....	7
2) Se projeter.....	7
Les opportunités de collaboration.....	7
Un atout mobilisable : un réseau national et international (liste non exhaustive).....	7
Autres pistes de réflexion pour améliorer et renforcer la collaboration.....	7
3) Construire.....	8
Liste exhaustive des enjeux mentionnés par les participants sur le tourisme :.....	8
Priorité retenue.....	9
En synthèse - <i>en bleu les points importants d'après la priorité retenue</i>	9

Jeudi 16 Juin 2022

Table ronde : le Tourisme en Morbihan : attractivité et soutenabilité

Table ronde animée par Madame Agnès Lecompte (Enseignante-Chercheuse à l'UBS), avec Madame Gwenola de Araujo (Office de Tourisme Pontivy), Monsieur Arnaud Burel (Office de Tourisme Vannes et Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne) et Monsieur Yannick Corbel (Office de Tourisme Lorient).

1) DES TERRITOIRES ET DES TOURISMES

1.1 Pontivy – le slow tourisme au Centre Bretagne

Destination nature au cœur de Centre Bretagne, Pontivy mise sur la campagne, ses patrimoines industriels et religieux, les canaux pour les activités nautiques, et met en avant le « bien-vivre » et la consommation des produits du terroir : pays de la pomme de terre, apiculture, transformation de charcuteries, jus de fruit, cidres, bières locales. Les produits d'épicerie de petits producteurs sont valorisés dans les quelques boutiques gérées par l'Office Tourisme.

Destination fréquentée et au tourisme insoupçonné, Pontivy est moins accessible que les grandes villes côtières : pas de TGV à proximité, trajets en cars pour terminer le voyage, voitures et vélos sont incontournables pour se déplacer. Et faute d'hébergements suffisants lors de grands événements, les touristes sont parfois répartis par navettes dans les hôtels des villes voisines.

1.2 Vannes – le Golfe béni des dieux ne doit pas se reposer sur ses lauriers

Au cœur d'un environnement naturel et culturel magnifique, le territoire dispose cependant d'infrastructures vieillissantes. Le tourisme est désormais à penser plus globalement et plus en amont, en particulier les structures et les mobilités : ces enjeux touchent autant les visiteurs que les résidents.

Le Covid a changé la donne positivement : de nombreux acteurs ont investi dans le tourisme. Cela a changé les métiers et créé des emplois. Les investisseurs, qu'ils se présentent avec des milliers ou des millions d'euros, apportent un dynamisme de projets qui alimente celui du tourisme.

En revanche, la saisonnalité reste très forte et l'attractivité des métiers du tourisme reste à faire : gestion de la relation client, statisticiens, data, management, ressources humaines, etc.

1.3 Lorient – le petit dernier du tourisme fait ses dents

Très jeune territoire touristique, Lorient a réalisé d'importants efforts de développement de cette activité. En 20 ans, les taxes de séjour ont décuplé : d'activité d'appoint, le tourisme est devenu une activité économique incontournable de plus de 3000 emplois.

Avec la rédaction du nouveau schéma de développement touristique, l'équipe en place depuis 2020 mise sur les filières en progrès et qui font l'ADN du territoire.

L'attractivité reste un enjeu fort : en tant que destination touristique, Lorient souffre d'un déficit de notoriété, pourtant classée 8^e ville de France où il fait bon vivre. Au-delà des emplois, c'est une question d'image : attirer une nouvelle population, plus jeune notamment, pour que la croissance démographique stimule la dynamique économique.

2) UNE PLURALITÉ DE STRATÉGIES COMPLÉMENTAIRES POUR CONSTRUIRE LE TOURISME DE DEMAIN

2.1 Le tourisme 4 saisons

L'essentiel de l'activité a lieu pendant la période estivale. La désaisonnalisation devient un objectif primordial pour limiter les baisses de chiffre d'affaires le reste de l'année (qui peuvent aller jusqu'à -80%). L'objectif est donc moins de faire des campagnes de communication à outrance pour accueillir davantage de touristes l'été que de mieux accueillir les visiteurs, ce sur les 4 saisons. A l'inverse des régions de montagne, la Bretagne n'a pas encore traité ces problématiques de basse saison.

Parmi les pistes à étudier, le développement du tourisme d'affaire est une priorité et permet de créer de l'emploi. Par exemple, un acteur majeur comme l'hôtel Miramar ne connaît plus de rupture dans ses saisons en ouvrant 12 mois de l'année.

2.2 La clientèle internationale

Les touristes étrangers avec un bon pouvoir d'achat circulent déjà en Bretagne. Par exemple à Pontivy, des Américains et Australiens recherchant l'insoupçonné, l'inconnu, le charme de la campagne isolée.

Miser sur le caractère exceptionnel du patrimoine permettra d'attirer davantage. À ce titre, la labellisation Unesco des paysages de mégalithes constitue un enjeu majeur pour le territoire dans son ensemble.

Autre stratégie identifiée avec Atouts France : aller chercher la clientèle européenne. Attirer ces touristes étrangers permettra de compenser le départ des touristes français : avec la fin de la crise sanitaire, ces derniers opteront à nouveau pour les destinations lointaines.

2.3 Le tourisme durable

Quel que soit le territoire il n'y a jamais eu autant d'initiatives en matière de tourisme responsable, de tourisme durable, de marques « parc naturel ». On assiste à une multiplication des prises de conscience. Le tourisme devient avant tout la volonté d'« *accueillir dans les meilleures conditions, en respectant l'environnement* ». La charte du voyageur, mise en place dans le cadre des premières éditions d'Hippocampes, est désormais partagée par l'ensemble des 60 Offices de Tourisme bretons.

Le phénomène n'est cela dit pas nouveau : le tourisme durable est assez inné dans les campagnes, où l'on fait attention à l'environnement depuis longtemps, car c'est une population qui vivait de la terre et maintenant du tourisme ; si la terminologie était peu connue au départ, le fond était déjà là depuis longtemps.

2.4 Le *slow tourisme* & l'itinérance

Le Slow Tourisme : choisir de voyager en prenant son temps, en redécouvrant la diversité des paysages mais aussi son patrimoine local, historique, culturel et gastronomique. Prendre son temps, c'est aussi se déplacer autrement : le slow tourisme, c'est à vélo, à pied, en transport fluvial ou encore en train. Le slow tourisme promeut la déconnexion, la redécouverte de territoires de proximité, la rencontre et le partage avec les populations locales. La pratique incite à des voyages plus écologiques, qui respectent le patrimoine et la biodiversité.

C'est l'angle pris par Pontivy : des vacances simples et calmes au cœur de la nature, dans un hébergement de qualité mais pas forcément luxueux.

« Offrir aux touristes la promesse de repartir avec un effet waouh et une madeleine de Proust. La petite famille avec les enfants en carrioles, l'hébergement de qualité chez l'habitant, ses services et son accueil. Simplicité, authenticité, confort, nature : sans parler « d'anti-tourisme de masse », il s'agit de tourisme raisonné, avec une envie de rencontrer les habitants, de découvrir la culture du coin, d'apprendre quelques pas en Fest Noz : autant de petits plus dont les gens se souviennent. »

- Gwenola de Araujo -

Un énorme chantier est en cours dans la région du Golfe pour faciliter l'itinérance et mettre en scène le territoire. En particulier, un travail important sur les chemins de randonnée avec la société Rossignol pour déployer des VTT et des Gravels (vélos polyvalents route & chemin). Ces investissements rééquilibrent les territoires vers les landes.

2.5 La relation touriste / résidents : des bénéfices mutuels

Les résidents doivent être intégrés dès le début aux réflexions sur le tourisme pour plusieurs raisons :

- Les réflexions menées sur l'expérience des touristes profitent tout autant aux résidents : par exemple le déploiement de l'itinérance et des flottes de vélos électriques ;
- Il convient de penser la relation en amont pour éviter des tensions, sur des sujets comme le partage de l'eau, le tri des déchets, les incompréhensions culturelles ;
- Des résidents veulent avoir une activité touristique en complément de leur activité principale, beaucoup d'agriculteurs le font (gîtes, accueil, visites). C'est le cas depuis 30 ans déjà à Pontivy, où le paysage touristique du Centre Bretagne est partagé et construit avec eux ;
- Des habitants veulent donner du temps pour les visiteurs pour leur faire découvrir leur territoire, leur patrimoine, leur culture. L'accueil par les locaux est un critère déterminant de la qualité de l'expérience des touristes.

« Le tourisme est vecteur d'humanisme, il faut conserver ce voyage, qui ne peut être que du slow car sinon il est difficile de passer de bons moments avec les locaux.

La rencontre doit rester au cœur. »

- Yannick Corbel -

Quelques exemples de co-construction du tourisme avec les résidents :

- L'Office du Tourisme de Pontivy est sur une péniche : cela ravit les touristes et séduit tout autant les locaux ;
- L'organisation du trail du Tour de Guerlédan demande une forte coopération avec les résidents, de nombreux parcours passant par des terrains privés ;
- A Guern, des volontaires ont été formés à l'inventaire de leur patrimoine, dans une démarche participative ;
- En Morbihan : pour des raisons budgétaires, la fréquence de navettes vers les îles était appelée à diminuer. Les insulaires n'ont pas attendu le couperet, et les professionnels non plus : *« Vous ne voulez pas nous amener des bateaux... Alors on va développer l'expérience insulaire 'Bloqués sur une île pendant quelques jours : pour un souvenir d'une vie' »*. La démarche a été un succès. L'enjeu est que chacun s'exprime pour se comprendre : s'ouvrir, montrer, marketer.

3) SUR-FRÉQUENTATION ET TOURISMOPHOBIE : MYTHES OU RÉALITÉS ?

3.1 Il existe des cas de tension

À Pontivy, certains par volonté de vivre tranquilles se disent choqués par les tracteurs, les odeurs etc. Une tension qui monte depuis quelque temps, avec des conséquences concrètes : des agriculteurs ont été interdits de pratiquer certaines activités pourtant rattachées à leur métier. À Groix en période de sécheresse, parfois des remarques fusent : « *les touristes viennent boire l'eau des Groisillons* ». Sans être une problématique majeure, la tension résident / touriste peut exister ponctuellement.

3.2 Le prisme déformant de la presse exagère la portée du problème

Les conflits attirent plus naturellement l'attention des médias. Certes, il y a des pancartes « *dehors les touristes !* » à Barcelone, mais les territoires bretons ne sont ni Barcelone, ni Dubrovnik... et ne visent pas à l'être. Le pouvoir des médias et la recherche du spectaculaire peuvent faire beaucoup de mal.

« Dans les 15 dernières années il n'y avait pas plus de nuitées touristiques. Les perceptions ont changé, notamment en raison du vieillissement de la population, et pas seulement en Bretagne. Ils ne veulent pas de bruit, ne supportent pas d'attendre un peu plus pour se garer ou attendre leur baguette. Souvent le problème est que les gens ne se sont pas parlés »

- Arnaud Burel -

3.3 Le sujet est plus la sur-fréquentation (ponctuelle) que l'hostilité générale au tourisme

Le problème est simple : trop de monde sur un même territoire au même moment. A la période juillet / août tout le monde va sur la même plage et les mêmes routes en même temps : c'est ce qui dégrade l'expérience et suscite les tensions. Des situations deviennent invivables à un lieu et à un moment donnés.

Des travaux sont en cours pour discuter d'outils permettant de mieux mesurer les flux et améliorer le vécu des habitants et des touristes. Sans dramatiser, il y a un intérêt à regarder cette problématique de près pour éviter qu'elle s'installe.

« Il faut faire comprendre à tout le monde que le tourisme est avant tout là pour les rencontres et la paix entre les populations »

- Christine Petr -

Vendredi 17 Juin 2022

Atelier Enseignants-Chercheurs & Acteurs Socio-Economiques

1) POSER LE CADRE

1.1 Le tourisme, un sujet qui permet de fédérer les acteurs, qu'ils soient issus du monde académique ou du monde socio-économique

- Économie, marketing, histoire, culture, patrimoine, environnement, droit... les projets en lien avec le tourisme sont l'opportunité de mailler les disciplines et les savoir-faire ;
- Cette pluralité est un atout de différenciation pour candidater aux appels à projets régionaux, nationaux et européens et obtenir des financements ;
- La collaboration entre les acteurs est mutuellement bénéfique et profite au territoire.

1.2 Les opportunités d'Appels à projets invitent à travailler de concert sur des projets concrets

- Région Bretagne "Recherche et société", jusqu'à 70k€ de financements, avec à la tête du groupement une double direction : un labo ou une université + un acteur de la société civile
- Cerema, plan France Tourisme, « Destination France » et tourisme 4 saisons :
 - 1^{er} APP en septembre puis au fil de l'eau : 20 M€ ;
 - 2^e APP sur les ports, en particulier les infrastructures mais il est possible de proposer de nouvelles choses : une place à prendre, avec le positionnement éco-marketing de l'UBS par exemple ;
 - Lorient se positionnera. Un seul port sera retenu par façade maritime, d'où l'intérêt de proposer des compléments pour se différencier.
- Financements européens :

Dispositif	Angle de candidature	Budget	Prochaine échéance
INTERREG x3			
Espace Atlantique Eur. du Nord-Ouest Eur. Sociale	Rôle de la culture et du tourisme durable dans le développement économique, l'inclusion sociale et l'innovation sociale	Jusqu'à 2M€	Nov 22 - Mars 23
Programme Creative Europe	Développement, expérimentation, diffusion, application de pratiques nouvelles et innovantes dans le domaine de la culture	200 k€ à 2M€	Février - Mai 23
Horizon Europe	Pilier 1 : Formations, bourses, mobilité Pilier 2 - Cluster 2 Développement rural Pilier 2 - Cluster 6 Solutions circulaires pour un tourisme durable	2 à 5 M€	Automne 2022
Fonds européen pour la pêche maritime et l'aquaculture (FEAMP)	Croissance d'une économie bleue durable et favoriser la prospérité des communautés côtières	NC	NC

1.3 Aborder le tourisme sous l'angle des îles et des ports permettrait de circonscrire les projets de collaboration, tout en adressant de nombreuses thématiques

- Les enjeux du tourisme (ex : fréquentation, gestion des déchets, relation habitant-touriste, etc.) sont exacerbés dans les îles du fait de leur isolement, de leur espace resserré et de la culture insulaire des résidents. En quelque sorte, les îles sont des laboratoires du tourisme.
- Les ports, passages obligés des touristes sur les îles, sont un excellent point d'entrée pour collecter de l'information et étudier les touristes, les résidents et les acteurs du tourisme sur un périmètre limité.
- Ce cadre conceptuel des îles est également applicable aux communes de l'intérieur des terres, comme Pontivy : elles constituent des îlots au milieu de la nature, avec des voies d'accès limitées. De même, les canaux sont concernés par la plupart des problématiques de la mer, des ports et du nautisme : entretien, aménagement, accessibilité, sécurité, partage des voies, conflits d'usage, environnement, etc.

2) SE PROJETER

2.1 Les opportunités de collaboration

- Mise en place d'une page web ou équivalent pour faciliter les échanges d'information entre enseignants-chercheurs et acteurs socio-économiques (ex : événements, annuaire, documents)
- Converger sur une problématique dans l'optique d'une candidature aux appels à projets européens (cf. § suivant, « Enjeux locaux et définition des priorités »)
- Développer les terrains de recherche, de stage et d'alternance pour les étudiants
- Karine Allieux : des croisements à faire lors de la définition des schémas directeurs du tourisme
- Erwan Le Diagon : événement Journée ADN territorial - 06/07/22
- Réunir un Groupe de Travail UBS-Acteurs 56 du tourisme (GT) une fois par an

2.2 Un atout mobilisable : un réseau national et international (liste non exhaustive)

- Pôle Mer Bretagne Atlantique
- Association internationale des villes portuaires, dont Lorient fait partie
- Groupements d'Intérêt Scientifique : GIS Tourisme, GIS Marsouin, GIS histoire de la mer & économie bleue, GIS patrimoine militaire, GIS patrimoine
- Chaire de la francophonie maritime (réseau de 24 universités dans le monde)
- Master tourisme, patrimoine et développement durable à La Rochelle, en lien avec le Sénégal et le Vietnam
- Nicolas Jullien à Venise (IMTA) : pistes de projets sur le tourisme durable et le digital

2.3 Autres pistes de réflexion pour améliorer et renforcer la collaboration

- L'interconnexion entre élus, et entre les élus et la recherche mériterait d'être développée
- Capitaliser sur les expériences de coordination qui favorisent le dépassement des frontières administratives et des bords politiques
- Des collectivités se montrent réticentes à certains projets dès lors qu'ils n'étaient pas prévus dans le projet du territoire (ex : un espace de coworking – coliving à Audierne) : il conviendrait de considérer le porteur de projet comme un type d'acteur à part entière, comme les investisseurs, dans un registre différent.
- Il existe parfois des difficultés relationnelles entre acteurs socio-économiques et élus :

certain parmi ces derniers estiment que le tourisme n'est pas prioritaire et ne voient pas l'utilité d'un soutien des collectivités.

- Les juristes pourraient être associés plus étroitement :
 - Des cas de vides juridique : installation d'Airbnb dans des bateaux en ports de plaisance
 - Des conflits d'usage récurrents à résoudre (historiquement, depuis le XVII^e siècle...)
 - Le droit peut aussi être un levier pour l'inclusion et forcer la main si nécessaire

3) CONSTRUIRE

3.1 Liste exhaustive des enjeux mentionnés par les participants sur le tourisme :

- Candidature Unesco ;
- Dichotomie vert / bleu (ie intérieur des terres / littoral), riches / pauvres, sociologie ;
- Marketing territorial ;
- Tenir compte du lien entre les habitants et les visiteurs, entre les locaux et les étrangers, leurs aspirations respectives ;
- Réussir la transition vers le tourisme comme activité ;
- Itinérance (lien vert / bleu) ;
- 4 Saisons et durable ;
- Renforcer l'attractivité ;
- Difficulté à sensibiliser les résidents ;
- Équilibre vert / bleu, entre habitants, équilibre économique, surfréquentation (existe) ;
- Stratégie de communication, de représentation des territoires ;
- Étaler le tourisme sur le territoire, pas seulement le littoral ;
- Préservation des sites de l'environnement (cf. Angkor) ;
- Gestion de l'eau ;
- Ports : développement de l'attractivité, de nouvelles activités ;
- Tourisme d'affaires ;
- Gestion des flux touristiques pour maximiser l'acceptation et la satisfaction des parties ;
- Outils numériques comme levier (S'inspirer de Waze pour les flux touristiques) ;
- Impact de la perception des résidents sur le développement du tourisme (social, économique, environnemental) ;
- Projets de simulation des impacts du tourisme (modélisation) ;
- Tourisme durable ;
- Bénéfices pour les habitants ;
- Expériences des touristes ;
- Connaître les statistiques réelles ;
- Comportements et incivilités des touristes ;
- Représentations des citoyens, perception du tourisme, des touristes, des acteurs du tourisme ;
- Fluidifier et conserver les bonnes relations ;
- Tiers-lieux, échanges, partages habitants / touristes ;
- Politiques d'animation de ces lieux ;
- Temporalité politique à prendre en compte ;
- Observation des îles : laboratoires et effet grossissant ;
- Changement sociologique des résidents ;
- Coordination des stratégies territoriales ;
- Gestion de projet ;
- Dimension fluviale.

3.2 Priorité retenue

Problématique : conserver et enrichir la qualité de la relation touristes / résidents

Exemple sur le volet « touristes » : adoption des éco-gestes, gestion des flux

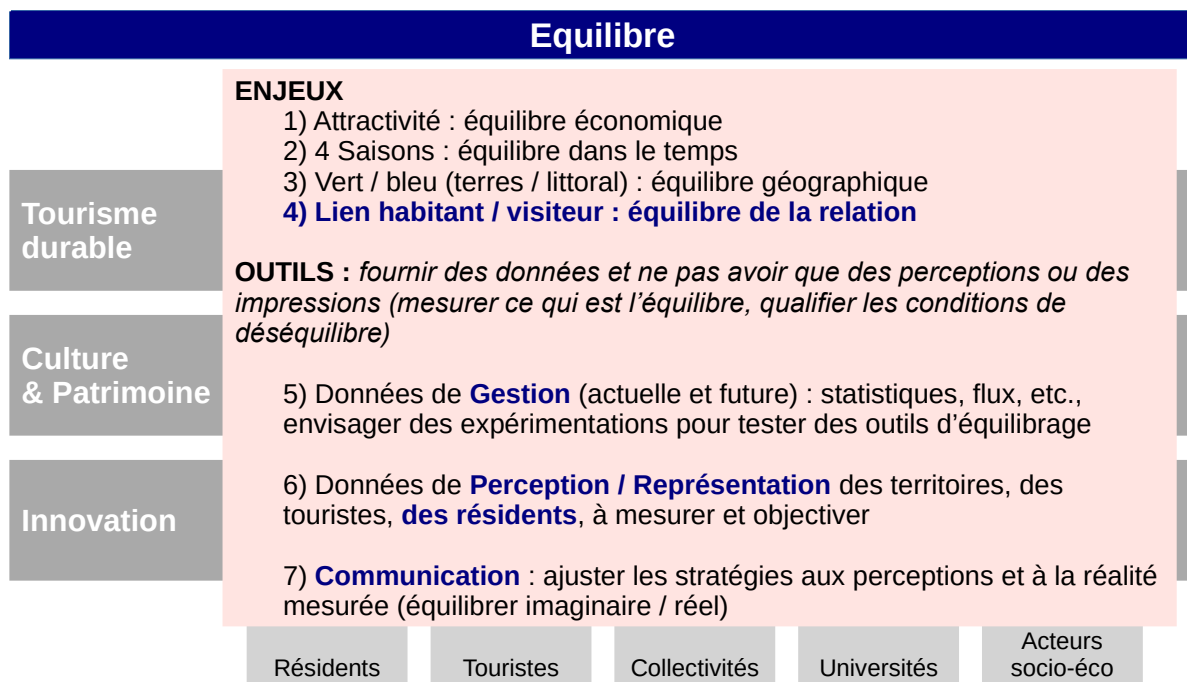
Exemple sur le volet « résidents » : implication et interaction accrues, ouverture, veille et alerte

→ Diminution des tensions, hausse de la qualité de la relation

Le sujet est à cadrer plus précisément pour construire un projet et structurer un consortium. Première étape, l'identification des jalons intermédiaires et des résultats attendus :

- **Besoins intermédiaires :**
 - Disposer d'informations objectivées : avoir des données et pas seulement des perceptions ; procéder à des « mesures » contextualisées (lieux et espaces, repérer moments de « difficultés » par rapport à des moments « normaux ») ;
 - Rendre le sujet touristique plus inclusif vis-à-vis des résidents (surtout quand ils expriment leur souhait de partage) : proposer des outils, des lieux, des moments de partage (espaces collaboratifs, virtuels et physiques); permettre le partage et la valorisation de leur patrimoine (matériel, immatériel : coutumes, art de vivre, etc.) ; faire essaimer des idées autour des principes fondateurs de l'hospitalité.
- **Résultats attendus du projet :**
 - S'attacher à favoriser l'activité tourisme (à l'échelle globale du 56) en accord avec les principes du développement durable ;
 - Se préparer à l'accroissement de notoriété à prévoir par suite de l'inscription UNESCO ;
 - Veiller à garantir la continuité de l'équilibre entre l'attractivité touristique et le bien-vivre des résidents.

3.3 En synthèse - en bleu les points importants d'après la priorité retenue



→ **Problématique : conserver et enrichir la qualité de la relation touristes / résidents**